



Actualidad

Noticias

La figura del gestor de comunidades puede reportar transparencia a las empresas



[01/02/2013]

En pocos años, una nueva profesión ligada al sector de la comunicación se ha convertido en una de las más demandadas por las empresas. Se trata del gestor de comunidades o *community manager*, el «profesional que se encarga de las relaciones e interacciones entre una entidad y sus usuarios, clientes y público en general mediante los medios y las redes sociales en línea». Así lo define [Julián Marquina-Arenas](#) en su libro [Plan Social Media y Community Manager](#), de [Editorial UOC](#).

Nadie pone en duda el potencial que tienen las redes sociales para dar voz y opinión a la sociedad. Por decirlo de alguna manera, «el espacio de comunicación se ha democratizado y el usuario ya no es estático o pasivo», explica Marquina. Y según él, en la red existen usuarios «**creadores**» (publican un blog o en páginas web, suben imágenes y vídeos propios), «**conservadores**» (actualizan su situación en las redes sociales, publican en Twitter) y «**críticos**» (evalúan productos y servicios, comentan contenidos de otros blogs, participan en foros).

Además, los dispositivos móviles (teléfonos inteligentes, tabletas, lectores de libros electrónicos...) están contribuyendo a que cada vez más usuarios se conviertan en asiduos visitantes de las redes sociales y participen aún más. En el libro se destaca la cifra de 600 millones de usuarios que acceden a Facebook por medio del móvil.

Por todo ello, parece evidente la obligación que tienen las empresas de estar pendientes de qué se cuece en las redes sociales. Deben saber «qué se está diciendo de ellas, de sus marcas, productos o servicios, y actuar en consecuencia; y también aprovechar el

beneficio *gratuito* que ofrecen: poder conectar con los usuarios (incluso potenciales) de una manera rápida y directa», comenta el autor.

Y es que ya son muchas las organizaciones que empiezan a darse cuenta «de los beneficios que un gestor de comunidades puede reportarles en transparencia y comunicación empresarial. Pero para ello deben tener el apoyo de la dirección, y la implicación del resto de personal», destaca Marquina.

Pero... ¿qué funciones desempeña exactamente un gestor de comunidades? ¿Y qué habilidades debe tener? El autor comenta las siguientes:

Funciones

- Desarrollar una estrategia en línea de la empresa o marca.
- Creación de la presencia en los medios en línea donde se haya decidido estar.
- Elaborar un plan de creación de los contenidos a los cuales demos difusión por nuestros canales.
- Monitorizar las conversaciones que se van produciendo por las redes sociales y por internet en general.
- Comunicar, interactuar y generar conversación con los usuarios de la comunidad o sector de forma activa.
- Localizar a posibles líderes o entusiastas de nuestra organización dentro de la comunidad.
- Involucrar al personal de la propia organización en la labor de la presencia, comunicación y conversación en línea mediante los medios.

Tareas

- Monitorizar/escuchar el canal RSS, las conversaciones en los distintos medios sociales, los comentarios sobre la organización, marca o servicio.
- Hablar/conversar con los usuarios sobre contenidos y detectar conversaciones de interés.
- Crear contenidos de calidad.
- Revisar la lista de «blogueros» o «tuiteros».
- Animar/dinamizar la comunidad.
- Analizar las acciones y comprobar si todo va bien o si es mejorable.

Habilidades

- Conocimiento del sector y la profesión.
- Entender los objetivos de la organización para luego poder realizar un buen plan de actuación.
- Buena redacción, comunicación y conversación, indispensable para dialogar con la comunidad de usuarios.
- Gusto por las nuevas tecnologías, internet y el web 2.0.
- Conocer los canales adecuados para la comunicación en línea.
- Tener cultura 2.0, lo que implica ejercer con honestidad, respeto, humildad y generosidad.

- Ser resolutivo y dar una respuesta de forma rápida y adecuada.
- Incentivar la participación para crear una comunidad viva y dinámica.
- Empatía.
- Asertividad y comprensión con las opiniones y comentarios.

Sobre el autor

Julián Marquina-Arenas es gestor de comunidades en Baratz-Servicios de Teledocumentación S. A., director de RecBib (Recursos Bibliotecarios) y creador de las plataformas de blogs de información y documentación BiblogTecarios e InfoTecarios. Diplomado en Biblioteconomía y Documentación y licenciado en Documentación por la Universidad Carlos III.